

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**  
**INTERNACIONALES**

“GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD  
EN LA EMPRESA MANTENIMIENTO E  
INGENIERÍA INDUSTRIAL SRL, CAJAMARCA  
2023”

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciada en Administración y Negocios Internacionales**

**Autores:**

Brenda Nataly Soto Bardales  
Raquel Selene Urteaga Sanchez

**Asesor:**

Mg. James Gamarra Banda  
<https://orcid.org/0000-0002-7677-3603>

Cajamarca - Perú

2023

## JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	<b>YONER JAIME ROMERO CUEVA</b>
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	<b>CESAR ROBERTO REVILLA PEREZ</b>
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	<b>JAMES GAMARRA BANDA</b>
	Nombre y Apellidos

## INFORME DE SIMILITUD

### GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA MANTENIMIENTO E INGENIERÍA INDUSTRIAL SRL, CAJAMARCA 2023

#### ORIGINALITY REPORT

**16%**

SIMILARITY INDEX

**17%**

INTERNET SOURCES

**3%**

PUBLICATIONS

**7%**

STUDENT PAPERS

#### PRIMARY SOURCES

**1**

[upc.aws.openrepository.com](http://upc.aws.openrepository.com)

Internet Source

**10%**

**2**

[Submitted to Universidad Privada del Norte](#)

Student Paper

**1%**

**3**

[repositorio.upn.edu.pe](http://repositorio.upn.edu.pe)

Internet Source

**1%**

**4**

[hdl.handle.net](http://hdl.handle.net)

Internet Source

**1%**

**5**

[repositorio.unsch.edu.pe](http://repositorio.unsch.edu.pe)

Internet Source

**1%**

**6**

[repositorio.upt.edu.pe](http://repositorio.upt.edu.pe)

Internet Source

**1%**

**7**

[repositorio.uss.edu.pe](http://repositorio.uss.edu.pe)

Internet Source

**1%**

## **DEDICATORIA**

A Dios por darnos la fortuna del conocimiento y la oportunidad de lograr ser un gran profesional. A nuestra familia quien con mucho esfuerzo y perseverancia nos brindaron el apoyo inacabable y oportuno. Y a todos nuestros docentes que pasaron por nuestro andar universitario y que nos regalaron una cuota del saber.

## AGRADECIMIENTO

Me gustaría expresar mi más profundo agradecimiento a Dios y a mi familia en especial a mi madre que me dio su apoyo incondicional y a mi papito que desde el cielo me ilumina para seguir adelante. También agradezco los consejos y el apoyo constante de mis queridos hermanos, que en el transcurso de mi vida me inculcaron valores y confiaron en mi persona. Los amo mucho papito Raúl, mamita Graciela, Katherine, Jacquie, Gustavo.

*Brenda Nataly Bardales Soto*

Dedico con profundo agradecimiento este proyecto a Dios, quien ha sido mi guía constante. Expreso mi gratitud a mis padres, en particular a mi madre, por su apoyo moral y económico inquebrantable. Agradezco a mis hermanos por su respaldo incondicional, y a mi hija Ivanna, mi fuente diaria de motivación, por ser la razón que me impulsa a seguir luchando por nuestro futuro.

*Raquel Selene Urteaga Sánchez*

## Tabla de contenido

Jurado evaluador.....	2
Informe de similitud .....	3
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento .....	5
Tabla de contenido.....	5
Índice de tablas .....	7
Índice de figuras .....	8
Resumen .....	9
Capítulo I: Introducción .....	10
Capítulo II: Metodología .....	27
Capítulo III: Resultados.....	31
Capítulo IV: Discusión y Conclusiones .....	44
Referencias .....	47
Anexos .....	54

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Variable Gestión empresarial .....	31
<b>Tabla 2</b> Dimensión Planificación .....	32
<b>Tabla 3</b> Dimensión Organización .....	32
<b>Tabla 4</b> Dimensión Dirección.....	33
<b>Tabla 5</b> Dimensión Control .....	34
<b>Tabla 6</b> Variable Competitividad.....	34
<b>Tabla 7</b> Dimensión Innovación.....	35
<b>Tabla 8</b> Dimensión Tecnología.....	36
<b>Tabla 9</b> Dimensión Calidad .....	36
<b>Tabla 10</b> Dimensión Capacidad de marketing.....	37
<b>Tabla 11</b> Pruebas de normalidad.....	38
<b>Tabla 12</b> Correlación entre gestión empresarial y competitividad .....	39
<b>Tabla 13</b> Correlación entre gestión empresarial e innovación.....	40
<b>Tabla 14</b> Correlación entre gestión empresarial y la tecnología.....	41
<b>Tabla 15</b> Correlación entre gestión empresarial con la calidad .....	42
<b>Tabla 16</b> Correlación entre gestión empresarial con la capacidad de marketing .....	43

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> Diseño de investigación .....	27
---	----



## RESUMEN

El estudio fue desarrollado en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, de la ciudad de Cajamarca. El objetivo fue determinar la relación que existe entre la gestión empresarial y la competitividad de la empresa. La metodología fue de diseño no experimental, de corte transversal, con un alcance correlacional y enfoque cuantitativo. Se empleó un cuestionario por cada variable aplicado a una muestra compuesta por 66 individuos a partir de una población de 358 personas. Los principales hallazgos fueron de que se encontró un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,833, por lo que se afirma que la gestión empresarial se relaciona de manera directa con la competitividad de la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023.

**PALABRAS CLAVES:** Gestión, empresarial, competitividad.

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

Las empresas tienen la necesidad de alcanzar la mejora de la competitividad a través de la satisfacción de diversos criterios relacionados con la administración empresarial, con el fin de cumplir con eficacia todos los objetivos de la organización (Reyes, 2023). Por lo tanto, en conformidad con la línea de investigación relacionada con los procesos de gestión, destaca la gestión empresarial como una pieza clave para la competitividad y el destacado posicionamiento en el mercado que una empresa busca lograr en el futuro (Choez & Moreira, 2020). En este caso específico, se llevó a cabo un análisis de la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, la cual se dedica a realizar mantenimiento eléctrico, mecánico y a la vez ejecuta proyectos civiles en distintos sectores como minería, edificación e industria.

Acerca de la gestión empresarial, se conoce que desde algunos años atrás, es considerado como una herramienta vinculada a la competitividad, siendo que es necesario que las empresas tengan en cuenta que una adecuada gestión debe ser parte de la actividad diaria; por ende, para alcanzar la competitividad es necesario dedicar tiempo al desarrollo de estrategias referidas a la gestión, tales como estrategias comerciales, de producción, así como innovación (Gutiérrez, 2021). De igual forma, la gestión empresarial necesita encontrarse en constante adquisición de datos con el propósito de optimizar los procesos de cara a incrementar la competitividad, por ende, es necesario recabar información de cada uno de los agentes con los cuales interactúa la organización (Barrios, 2016).

A nivel mundial, en el ámbito empresarial, la gestión empresarial desempeña un papel fundamental al asumir la imperiosa tarea de garantizar que las empresas adapten y optimicen sus operaciones para satisfacer las cambiantes demandas y expectativas del

mercado global (Arteaga, 2019). Así pues, si la parte más jerárquica de una empresa no tiene una adecuada gestión empresarial, esto se traduce en una incompetencia empresarial, es decir, una nula competitividad frente a hechos que suceden y sobre todo en comparación con la competencia y sin que haya siquiera una reacción ejecutiva que cambie el rumbo o el destino de esta empresa (López, 2022). En efecto, el mundo de los negocios es altamente diverso y competitivo. Por esta razón, las empresas deben contar con sólidas estrategias de gestión empresarial, que incluyan aspectos como la planificación estratégica, el marketing, el posicionamiento, entre otros. Estas estrategias son fundamentales para mantener la competitividad en su respectivo sector. Además, es importante considerar la posibilidad de externalizar la atención de pedidos cuando sea necesario. En consecuencia, esta decisión puede resultar en una disminución de los ingresos debido a la incapacidad de satisfacer plenamente la demanda del mercado (Boscán & Sandra, 2016).

En el territorio peruano, la entidad gubernamental conocida como el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021); manifiesta que un 60% de las empresas pequeñas y medianas (MYPES) tienden a tener poca vida dentro del mercado en el que operan, es decir, su ciclo de vida es inferior o igual a los 7 años y esto sucede por diversos factores, desde mala capacidad para contratar personal idóneo, hasta errores gerenciales que terminan sucumbiendo a la empresa frente a impuestos tributarios difíciles de ‘escapar’ de las obligaciones tributarias. No obstante, y sacando de contexto al fisco y al personal colaborador de estas empresas, gran cantidad de las MYPE no tienen capacidad gestora al momento de tomar decisiones, en el momento de plantearse un cambio o ‘voltar’ 360° y replantear el destino de sus operaciones; todo esto hace que la empresa pierda presencia en el mercado y que se vuelvan pocos competitivos frente a las demás empresas del sector que están a la vanguardia y que exigen respuestas prontas, firmes y decisivas (Apac, 2017).

En Cajamarca, según el INEI (2021) se ha registrado la creación de un total de 1,161 empresas hasta la fecha de dicho año. No obstante, resulta inquietante observar que un 29% de estas empresas, lo que equivale a un total de 337, ya han cesado sus operaciones en ese mismo período. Este fenómeno arroja luz sobre los desafíos y problemáticas que se han estado analizando y detallando en los párrafos anteriores. La percepción errónea que con frecuencia se tiene, la cual sugiere que la gestión empresarial es una tarea sencilla y accesible para cualquier persona, contrasta significativamente con la compleja realidad que caracteriza el universo empresarial y las compañías. La gestión empresarial, en su esencia, involucra una serie de retos multifacéticos y dinámicos que exigen un compendio de aptitudes y saberes especializados para su abordaje efectivo, por lo tanto, subestimar la complejidad de la gestión empresarial puede llevar a consecuencias graves tanto para las empresas como para sus líderes (Barrios, 2016).

A continuación, se exhiben diversas referencias previas de la investigación, respaldadas por teorías, investigaciones anteriores y tesis a nivel global y local, que servirán como fundamento y respaldo para el estudio actual, y se utilizarán para analizar la cuestión a tratar.

Entre los antecedentes en el ámbito internacional, Beltrán (2018) con su investigación “Propuesta de un Plan de Gestión Empresarial Para la Asociación Hortofrutícola de Colombia Basado en un Modelo Estratégico y Ambiental”. El experto formuló plantear diversas hipótesis y cuestiones que se empleó como punto de inicio para próximas investigaciones donde se busque plasmar todas las oportunidades competitivas que se analizó dentro de este estudio en relación a la gestión empresarial. La investigación fue de carácter mixta, es decir, cuantitativa-cualitativa, también tuvo parámetros de inducción y deducción. Este estudio pretendió mostrar la importancia que deriva de este acuerdo

comercial con los Estados Unidos y sus posibles efectos que va a generar en la producción de frutas y hortalizas del país Colombia, lo que repercutirá de manera positiva en el marco de la competitividad conforme se vaya estableciendo las pautas del libre comercio, ya que esto exacerbó una gran participación de empresarios y sectores comerciales, de modo que se necesitaba una adecuada gestión empresarial para que cumplan con todas las competencias exigidas para tener una excelente competitividad. Además, es casi obligatorio determinar que, la innovación, la tecnología, la calidad y el marketing se encuentran dentro de la planeación para la gestión empresarial.

Álvarez et al. (2018) en su tesis: “Gestión empresarial en Colombia: un aporte desde la administración”. La tesis describe que el principal objetivo fue el de determinar las estrategias que más se utilizan en la gestión de empresas para competir a nivel internacional. Por su parte concluye, según todos los datos estadísticos que se colocan en la tesis, que las industrias de Colombia están dentro de un nivel medio de competitividad, esto es porque muchas actividades que realizan conciernen a lo histórico. Así mismo, se pudo determinar, como dato correlacional, que la falta de conocimiento de la gestión empresarial juega un papel en contra de todos los empresarios ya que resulta ser una limitante bastante notoria para administrar y gestionar estrategias relacionada a la competitividad de la empresa. La relevancia de esta tesis citada se basa en que es preciso tomar en cuenta los aspectos de estrategia, gestión humana, cultura organizacional y desempeño que pueda mejorar la competitividad.

Tapia (2020) en su tesis: “Modelo de Gestión Empresarial en el Marco de la Responsabilidad Socio- Ambiental en la Industria del Reciclaje”. Se planteó como objetivo elaborar un modelo de gestión y planeación estratégica que ayude a incrementar la productividad y competitividad de las pequeñas y medianas empresas del sector metalúrgico

en Venezuela. La muestra fue establecida para 39 empresas del sector, para recolectar datos se empleó como técnica principal la encuesta, esta investigación fue cuantitativa - descriptiva. Se puede concluir finalmente que en esta investigación las empresas que entran en evaluación no poseen un buen modelo para tener una excelente gestión estratégica, ya que principalmente los gerentes no toman la debida importancia e incluso lo ven hasta innecesario debido al tamaño de la empresa. Por ello, se vio la necesidad urgente de tener un modelo eficiente de Gestión, y para lograrlo se debe partir de una sólida y adecuada planificación, ya que muestra una gran incidencia y que repercute sobre la competitividad y productividad. Asimismo, es preciso mencionar que durante la planificación es en donde se plasman los objetivos que sirven para lograr la competitividad, productividad, y ayuda a determinar y establecer todas las herramientas necesarias para alcanzarlas, por todo lo mencionado; de esta forma se indica como dato correlacional que la planificación empresarial es la etapa que marca el punto de partida para emprender, gestionar y alcanzar una adecuada competitividad que conlleve a grandes resultados dentro del ámbito empresarial y que brinde óptimos soportes que la posicionen en el mercado.

Gallo y Alcántara (2019) con su estudio: “Gestión empresarial y competitividad en el centro comunal de servicios Múltiples Rancas – Pasco 2017”. Se plasmó con el objetivo de reconocer, analizar y determinar los factores y los motivos principales de la deficiente gestión empresarial que ha imposibilitado el crecimiento de la competitividad del centro Comunal de Servicios Múltiples Rancas en la región. La técnica que se utilizó fue la encuesta y el cuestionario que se usaron en 84 empleados, quienes fueron parte de la muestra, siendo una investigación aplicada, descriptiva, explicativa. Así pues, se puede concluir que, si no se dispone de un adecuado proceso para la gestión, esto afectará de manera negativa su desempeño y por consiguiente se verá reflejado en los estados financieros, esto debido

principalmente a que los productos no cumplen ni garantizan cumplir con los estándares mínimos de calidad frente a los productos que día a día ofrecen los competidores. Por su parte, como dato correlacional se estableció mediante la investigación que la gestión empresarial está estrechamente vinculada con la competitividad empresarial con un Chi Cuadrado de 13,151, de forma que a fin de lograr una empresa que pueda competir es necesario gestionar de forma adecuada a la organización.

En el plano nacional, Balbin y Bellido (2019) durante su estudio titulado “Gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las empresas de la asociación de agentes de Aduana del Perú, Callao 2018” plantearon el objetivo de identificar la posible relación entre ambas variables. Fue de tipo básico, de enfoque cuantitativa, de diseño no experimental – transversal y correlacional. Además, se empleó una muestra de 23 participantes un cuestionario previamente validado por expertos. Los principales hallazgos determinaron un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.508 lo cual demuestra que existe relación positiva considerable entre la gestión empresarial con la competitividad.

Loza (2019) en su trabajo de investigación titulado “Relación entre la inteligencia de negocios y la competitividad en la empresa GL Tracker Sur S.A.C” tuvo como objetivo entablar una vinculación entre las variables propuestas en la investigación. Presentando un tipo de investigación de carácter descriptivo y correlacional, así como la aplicación de la encuesta como instrumento, constituyendo un total de 37 preguntas a una muestra compuesta por 33 trabajadores. Obteniendo como resultados que el éxito de un negocio se encuentra vinculado a la competitividad de la empresa, esto debido al hallazgo de un coeficiente Pearson de 0,848\*\* entre ambas variables de estudio.

Meneses y Tineo (2022) tituló a su estudio “Gestión empresarial y competitividad en el sector Mype del rubro textil de Lima Metropolitana 2021” estimó la finalidad de encontrar la relación existente entre la gestión empresarial con la competitividad del sector textil; para ello empleó un estudio de tipo básico, no experimental, cuantitativo y correlacional. La muestra se compuso por 100 participantes evaluados con un cuestionario. Los resultados indicaron que existe relación entre ambas variables de estudio al encontrar un coeficiente de correlación Pearson de 0,719.

Alegría y Angulo (2019) en su estudio con nombre “Relación de la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de las pymes del sector calzado de Trujillo, 2019” se tuvo como finalidad presentar un modelo de gestión con el objetivo de incrementar la competitividad de las empresas de este sector. En el presente estudio se tuvo una población de las 50 Pymes de calzado, respecto de las cuales se tomó una muestra de 44 empresas. Presentando un estudio correlacionar, utilizando como instrumento de recolección de datos la encuesta. Presentando como resultados que las Pymes dentro del sector objeto de estudio en la ciudad de Trujillo, poseen un bajo nivel de competitividad lo cual repercute en su gestión empresarial por cuanto no alcanzan los niveles esperados de ventas. Asimismo, como dato correlacional, la investigación indica que un adecuado modelo de gestión hace posible que la empresa pueda competir con empresas de su entorno empresarial. Teniendo una importancia crucial la presente investigación en cuanto permite vincular de forma correlacionar la variable de gestión con la competitividad, en cuanto se buscó alcanzar una mejora en el flujo de la información que se maneja en las empresas, optando por aplicar herramientas de gestión que permiten mejorar la competitividad a través de una mejor toma de decisiones.



Posterior a la identificación de los antecedentes, a continuación se plantea las bases teóricas de la variable gestión empresarial, la cual debe estar incluida y debe abarcar a todos los niveles de la empresa, desde el gerente general hasta los colaboradores que se encuentren en los sectores inferiores del organigrama, sin dejar ni olvidar a los clientes principales clientes reales y a los potenciales, tanto en el ámbito internacional, nacional como local, además de esto, es necesario que la gestión considere como pieza fundamental el entorno ambiental y la sociedad donde se va a llevar a cabo todas las actividades empresariales, esto en aras de que se logren todos y cada uno de los objetivos de la empresa (Dess et al., 2017).

Al respecto Deas (2019) comenta que los bancos, por ejemplo, han hecho numerosas inversiones en renovar sus páginas webs y han invertido en software y tecnología para hacer más seguras todas las operaciones de los millones de usuarios que realizan cada día. Sin embargo, Porter (2020) manifiesta que miles de empresas no se han adaptado a un cambio tan repentino y su inflexibilidad ha provocado que cierren o que caigan en bancarrota, esto principalmente por una carencia sistemática de elaborar un plan de acción en donde el papel del gerente y su capacidad gestora es determinante.

Por su parte, referente a la competitividad, conforme sostiene Fred (2016) se encuentra vinculada con el manejo de la información; por ende, aquellas empresas que no cuentan con la tecnología de información empresarial que permita alcanzar una correcta comunicación tanto con los clientes como con los proveedores, no podrán alcanzar el nivel de ventas necesario para poder ser competitivos y generar los ingresos suficientes para su subsistencia.

Para Gerry et al. (2016) la eficiencia en la administración y su modo de operación son factores determinantes para alcanzar, en mayor o menor grado, los objetivos de la

organización. Esto se debe a que el logro de metas depende de la capacidad de la gestión para identificar factores o variables que influyan positiva o negativamente en los resultados esperados, permitiendo así su control y el logro de un mejor rendimiento. Dado que la gestión empresarial abarca todas las medidas y estrategias destinadas a garantizar la viabilidad económica de la empresa, es crucial comprender que esta afirmación implica una amplia gama de tareas que deben adaptarse según los factores influyentes, como el manejo de inventarios, la logística y las finanzas.

De ahí que para Manuera (2016) la gestión empresarial se da en virtud de aquellas personas que tienen el imperioso deseo de triunfar en el ámbito comercial y en los negocios y esto se debe principalmente a que es capaz de englobar múltiples flancos que guardan estrecha relación con la actividad empresarial siguiendo de esta manera a la economía de mercado, lo que termina por transformarse en una herramienta importante para el desarrollo económico de manera macro (país) y de manera superficial (empresa) (p. 519).

Por su parte Suarez y Gómez (2016) la gestión empresarial debe emplear el control, la dirección, la estructuración y la programación como herramientas administrativas, con el fin de integrar a individuos, tecnologías y procedimientos en los planes de organización. Esto no solo persigue el éxito, sino también un dinamismo que asegure la continuidad de la empresa en su entorno y genere beneficios apropiados para la reducción de gastos, la sostenibilidad y la obtención de márgenes de ganancias significativos. Por otro lado, Chiavenato (2016) la describe como una gestión diseñada para lograr la productividad, la competitividad y la sostenibilidad, a través de la planificación, organización, dirección y control. Esto requiere un análisis exhaustivo del contexto y el mercado, con el objetivo de maximizar las oportunidades para alcanzar un rendimiento óptimo en el menor tiempo posible.

De este modo, la administración de una entidad empresarial involucra la anticipación de lo que debe llevarse a cabo, la forma en que debe ejecutarse, el momento en que debe realizarse y quiénes son los responsables de ello. Por lo tanto, en el ámbito de la administración empresarial, se consideran aspectos como la planificación, la organización, la dirección y el control (Chiavenato & Arao, 2017).

En la primera dimensión planificación, tiene como eje primordial definir los objetivos y describir los medios necesarios para conseguirlo. En la segunda dimensión, organización, abarca a toda responsabilidad que debe ser delegada a alguien o varios para que se cumplan dichas tareas. En la tercera dimensión, la dirección es la matriz que se emplea para influir positivamente y motivar a las personas o colaboradores. En la cuarta dimensión, el control monitorea todas las actividades y ejecutan correcciones.

Chiavenato (2016) la organización implica la disposición de los recursos y medios necesarios para que la gestión se realice de manera que el rendimiento de la organización se derive de procesos que están cuidadosamente planificados y estructurados, teniendo como base políticas y metas a corto, mediano y largo plazo.

Los pasos esenciales para el logro de los objetivos de cualquier organización incluyen la determinación de los recursos a su disposición, ya sean de naturaleza económica, humana o material. Por esta razón, para alcanzar todo lo anterior, es crucial contar con un proceso de planificación. Dicha planificación puede ser categorizada en tres horizontes temporales: el corto plazo (menos de un año), el mediano plazo (entre uno y tres años) y el largo plazo (superior a tres años). La importancia radica en que esta planificación brinda directrices generales que los miembros de la empresa pueden seguir para lograr todos los objetivos (Chiavenato & Sapiro, 2011)

La organización implica un procedimiento en el que se deben identificar una serie de actividades que se llevarán a cabo con el único propósito de cumplir los objetivos de la empresa. Además, la organización debe encargarse de determinar quién asumirá la responsabilidad, quién tomará decisiones, cómo se agruparán dichas actividades, quién las ejecutará y dónde se realizarán. En este sentido, la organización se refleja en la estructuración de eventos o tareas, requiriendo la asignación de recursos materiales y humanos, así como la delegación de responsabilidades a través de un proceso de gestión continuo (Fred, 2008)

La gestión se refiere a la forma en que se guía y dirige el talento humano presente en la empresa con el propósito de orientarlo hacia los objetivos finales. Para que esta gestión sea eficaz, es esencial comprender la composición del capital humano y evaluarlo para obtener los mejores resultados (Dess et al., 2011). Siguiendo la línea de lo mencionado previamente, la gestión puede considerarse como el proceso implementado por una empresa para lograr sus metas, tomando en cuenta sus recursos económicos, instalaciones y personal. Esto implica que todo se convierte en un esfuerzo colectivo en la empresa, con la dirección a cargo de un grupo de individuos encargados de supervisar a un conjunto de trabajadores con el fin de alcanzar un objetivo específico (Fayol, 2011).

El control es la última y cuarta etapa que abarca toda la fase de la gestión empresarial, el control se basa en poder comprobar, analizar y verificar que todos los planes se desarrollen y se ejecuten de una manera planeada y de este modo obtener todos los resultados esperados; el control es una etapa que está relacionado de manera inseparable de la gestión, es quizá la parte más fundamental cuyo objetivo es el determinar de manera constante y sistemática todas las acciones que se dan dentro de las organizaciones, para esto, el control también busca constatar y revisar si es que se están cumpliendo todos los objetivos que se establecieron desde un comienzo, además, es de suma importancia para que los gerentes y/o

administradores puedan tomar las mejores decisiones que conlleven a lograr todos y cada uno de los objetivos, cabe distinguir que el proceso básico de control tiene un sin fin de tareas, siendo las básicas las siguientes: La inspección y la evaluación (Velasco, 2011).

En lo que respecta, a la segunda variable competitividad, actualmente, de acuerdo con Gómez (1994) la competitividad es un factor de mucha importancia, por consiguiente, es necesario ofrecer un precio, calidad y servicio que cumpla con las expectativas del cliente y que esté al nivel de las empresas ms reconocidas; si no se logra esto, existe mucha probabilidad de desaparecer del mercado, es por ello que la competitividad se manifiesta como una estrategia para poder lograr los resultados más esperados o deseados y que ayudan a proponerse objetivos para lograr y conseguirlos. Del mismo modo, está claro que para poder observar el éxito de esta estrategia se necesita de resultados, los cuales estén estrechamente vinculados con el cumplimiento de las expectativas y la excelencia. Es preciso mencionar, que las estrategias se plantean en base a las siguientes preguntas: ¿Qué está comprando el público consumidor?, ¿Quién es lo que se considera competencia?, ¿Cómo se ve en comparación a nuestra compañía? Las firmas que buscan la competitividad desarrollan diversos cambios con la finalidad de conseguir sus metas, así como de expandirse a otros mercados diferentes al que ya operan (un claro ejemplo es a través de la exportación), el endeudamiento, y el no limitarse a los distintos factores que se convierten en la necesidad de algunos, tales como la flexibilización de las estrategias, entre otros. Cabe destacar que hay limitantes de la competitividad (p. 20).

La competitividad se refiere a la capacidad que una empresa realiza luego de acoplar múltiples factores y conceptos, tales como el capital humano, la investigación, la innovación y el desarrollo, la tecnología, la asociatividad, y diversas estrategias corporativas que se

manifiestan en las ventajas que se van creando, permitiendo ser la mejor propuesta para los clientes frente a sus competidores de manera sostenida y llevadera (Velasco, 2018).

Ahora bien, todas las empresas requieren para su desarrollo de forma obligatoria la competitividad y para que ésta se desarrolle de manera adecuada y eficiente, es necesario aplicar y llevar a cabo la innovación de los productos, pueden ser nuevos o que ya existen para que de esa manera, aumente su sostenibilidad dentro del mercado; esto es muy importante ya que el mercado está siempre en constante cambio y experimenta fluctuaciones seguidas donde cada día aparece un producto nuevo que asegura ser mejor que los existentes, principalmente en sectores como la maquinaria, la tecnología y la comunicación (Rivera & Garcillan, 2017, pág. 604).

La competitividad empresarial abarca más allá del aspecto económico y tecnológico, es decir implica a su vez, otros ejes tales como aspectos políticos, ambientales, financieros, socioeconómico y otros. Además, debe integrar la tecnología con cuestiones ecológicas, esto con la finalidad de poder mantener un equilibrio fundamental entre la rentabilidad económica con los principios de responsabilidad y bienestar social; es por todo esto, que las habilidades, políticas, roles, estrategias y el desempeño de una empresa deben guardar coherencia con los procesos y todas las competencias que existen dentro de cualquier actividad realizada, es así, como la competitividad de las empresas se manifiestan explícitamente a través de la innovación, la habilidad o capacidad de marketing, el uso de la tecnología y la calidad (Pietro, 2018, págs. 20-21)

En la primera dimensión, innovación, Negron (2016) explicaban que para una eficaz innovación es necesario llevar a cabo una serie de procesos, políticas y herramientas que puedan facilitar y explotar tanto la creatividad como la iniciativa de todos los individuos

involucrados en la organización, ser visto como si fueran un todo, y que ayuden a contribuir dentro de la estrategia administrativa a través de la creación de los nuevos productos y/o servicios, así como también de los modelos de negocio que contribuyan un valor a la empresa. (p.116)

Respecto a la segunda dimensión tecnología, se refiere a la capacidad de operar y efectuar cualquier proceso de forma eficaz, empleando los múltiples equipos innovadores y siempre estando a la vanguardia, gestionando así todos los procedimientos comerciales y propios de la empresa de una forma digitalizada. Además, nos explican, que la tecnología es donde se acopla toda la información, experiencia y contexto, cuya única finalidad es la de lograr todos los objetivos de la firma como medio para conseguir y administrar el conocimiento que sea necesario para empresa y de la que se necesite (Manuera & Rodriguez, 2016, pág. 22).

En cuanto a la tercera dimensión, calidad, referido a la competitividad es un tema de suma importancia, esto debido a que el mercado se cada vez más volátil y exigente, por tanto, resulta primordial que las empresas sin importar su tamaño, la adopten como un componente que les ayudará en su éxito; es así que este éxito no se podrá lograr si es que no existe calidad dentro de cada uno de los niveles, tratando siempre de disponer con el personal idóneo que haga la observación e inspección de la misma en los productos y principalmente en los procesos, tratando siempre de buscar todas las mejoras que puedan impactar en la satisfacción de cliente (Cubillas & Rozo, 2017, pág. 4).

Sobre la cuarta dimensión, capacidad de marketing, es necesario mencionar que la habilidad para implementar una adecuada capacidad de marketing va a repercutir obligatoriamente en la satisfacción y la lealtad que los clientes puedan mostrar sobre el

producto o servicio consumido, pero principalmente puede generar una relación más estrecha en cuanto a un óptimo desempeño organizacional, y esta a su vez se traduce en ganancias, participación de mercado y ventas. Es así que, la capacidad del marketing concretamente se refiere como el proceso en el que participan todos los recursos disponibles y aprovechan así, las competencias que están vinculadas con el mercadeo y la publicidad. (D'Alessio, 2017, pág. 33)

Al respecto se indica que la compañía actualmente es líder en servicios de mantenimiento eléctrico, mecánico y ejecución de proyectos civiles en distintos sectores industriales. No obstante, durante tiempos recientes incluso antes de la pandemia mundial SARS COV-2, la empresa ha tenido una disminución en la cuota de mercado principalmente por la pérdida de clientes importantes, quienes optaron irse a la competencia.

El trabajo de investigación se encuentra justificado en cuanto a su importancia en relación a tres aspectos esenciales, teniendo así la justificación práctica en cuanto el trabajo de investigación busca aportar estrategias técnicas – empresariales frente a problemas que se plantean; así pues, en caso de querer llevar a la práctica estas estrategias brindarían soluciones y mejoras. En cuanto a la justificación teórica, es fundamental destacar la relevancia del desarrollo de este trabajo de investigación, ya que su contribución se manifiesta de manera crucial para futuros autores que aspiren a utilizar este estudio como referencia en sus trabajos experimentales por venir. Por último, en lo que concierne a la justificación social; las empresas locales y nacionales pueden adoptar las estrategias y soluciones que planteamos al problema descrito.



## **1.2. Formulación del problema**

### **Problema general**

¿Qué relación existe entre la gestión empresarial y competitividad en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023?

### **Problemas específicos**

¿Qué relación existe entre la gestión empresarial y la innovación en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023?

¿Cuál es la relación que existen entre la gestión empresarial y la tecnología en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023?

¿Cuál es la relación que existen entre la gestión empresarial y calidad en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023?

¿Cuál es la relación que existen entre la gestión empresarial y capacidad de marketing en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023?

## **1.3. Objetivos**

### **Objetivo principal**

Determinar la relación que existe entre la gestión empresarial y la competitividad de la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023.

### **Objetivos específicos**

Determinar la relación entre gestión empresarial e innovación en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023

Determinar la relación entre la gestión empresarial y la tecnología en la empresa  
Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023

Determinar la relación entre la gestión empresarial con la calidad en la empresa  
Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023

Determinar la relación entre la gestión empresarial con la capacidad de marketing en  
la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023.

#### **1.4. Hipótesis**

##### **Hipótesis principal:**

La gestión empresarial se relaciona de manera directa con la competitividad de la  
empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023

##### **Hipótesis específicas:**

Existe relación directa entre la gestión empresarial y la innovación en la empresa  
Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023

Existe relación significativa entre la gestión empresarial y la tecnología en la empresa  
Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023

Existe relación significativa entre la gestión empresarial y la calidad en la empresa  
Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023

Existe una relación significativa entre la gestión empresarial y la capacidad de  
marketing en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

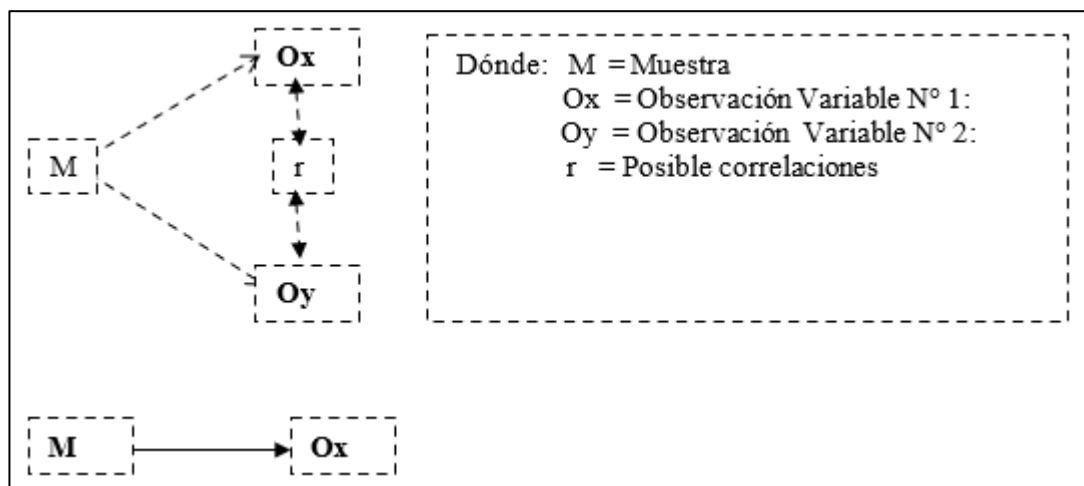
Se considera de tipo básica, puesto que se pretende ampliar el conocimiento teórico en función a las variables de estudio; en el presente caso a la gestión empresarial en conjunto con la competitividad (Bernal, 2017).

El estudio en cuestión se caracterizó por su diseño no experimental, ya que, según lo señalado por Bernal (2017), en investigaciones de este tipo resulta imposible manipular variables, centrándose únicamente en observaciones de fenómenos tal como se presentan en su entorno natural, con el propósito de llevar a cabo un análisis posterior.

Asimismo, este estudio adoptó un enfoque de corte transversal, ya que se basó en la recopilación de datos en un solo momento, en un único punto en el tiempo. Además, su objetivo principal fue describir variables y analizar su influencia (Hernández, 2016).

**Figura 1**

*Diseño de investigación*



En base a su alcance, se considera correlacional ya que según lo indicado por Augusto (2016) es un tipo de estudio que se busca analizar la relación entre variables de estudio para encontrar posibles vínculos.

Por consiguiente, el enfoque del estudio es cuantitativo, ya que siguiendo la definición de Hernández (2016) se caracteriza por trabajar con datos numéricos y porcentuales; proporcionando una comprensión precisa de las variables.

Respecto a la población aplicada, según Niño (2019) la población se define como un grupo de elementos, personas o instituciones, ya sea finito o infinito, que son objeto de estudio y comparten características comunes. La delimitación de esta población se basa en el problema de investigación y en los objetivos del estudio. En este caso particular, la investigación se enfoca en una población finita, dado que se conoce el número preciso de elementos que componen el estudio, que consta de 358 empleados de la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL.

A partir de la población en cuestión, se seleccionó una muestra que, según Niño (2019), se considera representativa del grupo de estudio. Se aplicó un muestreo no probabilístico por conveniencia; en ello los criterios de inclusión para esta muestra se limitaron al personal con roles puramente administrativos, mientras que se excluyó a los trabajadores sin cargos administrativos, ingenieros involucrados en labores de campo, residentes de proyecto, supervisores de campo, operarios y conductores. El resultado fue una muestra compuesta por un total de 66 individuos, utilizando

Por otro lado, Augusto (2016, págs. 17-24) nos informa que las técnicas representan el conjunto de mecanismos, herramientas o recursos utilizados para adquirir, preservar, analizar y comunicar datos sobre los fenómenos objeto de investigación. En consecuencia, las técnicas son los procedimientos o recursos esenciales para recopilar información que el investigador emplea para aproximarse a los acontecimientos y adquirir conocimiento sobre los mismos. De esta manera la técnica seleccionada para el estudio es la encuesta.

En cuanto a los instrumentos aplicados en la presente investigación, Hernández (2016, pág. 25) comenta que un instrumento es un recurso utilizado para recabar información pertinente sobre las variables de estudio; en esa línea el instrumento a utilizar será el cuestionario. Dicho cuestionario consta de 24 preguntas; 12 para cada variable de estudio, 3 por cada dimensión. Asimismo, es pertinente mencionar que las respuestas mantuvieron una escala Likert del 1 al 5; donde Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4) y Siempre (5).

A partir de ello se crearon los cuestionarios en un formulario de Google el cual fue enviado de manera virtual a las 66 personas involucradas en la muestra. Posteriormente estos resultados se registraron en una base de datos en Excel donde fueron procesados en el programa SPSS en su versión 26.

Respecto a la validez de los instrumentos, fue sometida al juicio de tres expertos, quienes evaluaron pertinencia, claridad y relevancia de cada preguntada orientada a responder los objetivos de estudio.

Referente a la confiabilidad por alfa de Cronbach, con la prueba piloto se calculo la fiabilidad, el cual brindo un resultado de 0,888 (Ver Anexo N° 04).

En lo que concierne a los aspectos éticos, se han seguido rigurosamente los procedimientos establecidos por la institución de acuerdo a las regulaciones del grado y título. Durante el transcurso de esta investigación, se ha empleado información original, evitando cualquier forma de plagio o copia, lo que garantiza un uso legítimo y en conformidad con las disposiciones legales. Por lo tanto, en lo que respecta a la autenticidad de este estudio, se desarrollará de acuerdo con los estándares y principios de la Universidad Privada del Norte, aplicando los métodos y normativas establecidos, y asegurando la

transparencia de información al citar sus trabajos de acuerdo a las normas APA de la séptima edición, así como preservando la integridad y derechos de las personas involucradas en la investigación.

### CAPÍTULO III: RESULTADOS

#### Resultados descriptivos:

**Tabla 1**

*Variable Gestión empresarial*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	19,7	19,7	19,7
	Casi nunca	6	9,1	9,1	28,8
	A veces	20	30,3	30,3	59,1
	Casi siempre	13	19,7	19,7	78,8
	Siempre	14	21,2	21,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Según la Tabla 1, el 30.3% de los trabajadores responden "a veces" en relación a la variable de gestión empresarial, mientras que un menor porcentaje, el 9.1%, elige la respuesta "casi nunca". Esto se debe a que en la empresa existen deficiencias en la planificación estratégica, la distribución eficiente de tareas, la coordinación entre áreas y la aplicación de tecnologías de información y comunicación.

**Tabla 2**
*Dimensión Planificación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	7,6	7,6	7,6
	Casi nunca	18	27,3	27,3	34,8
	A veces	17	25,8	25,8	60,6
	Casi siempre	11	16,7	16,7	77,3
	Siempre	15	22,7	22,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Según la Tabla 2, el 27.3% de los trabajadores responden "a veces" en relación a la dimensión planificación, mientras que un menor porcentaje, el 7.6%, elige la respuesta "nunca". Este resultado se atribuye a que la mayoría de los trabajadores considera que la planificación no es muy importante dentro de la empresa y que además los procesos de la empresa no se encuentran planificados para el logro de los objetivos.

**Tabla 3**
*Dimensión Organización*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	19,7	19,7	19,7
	Casi nunca	10	15,2	15,2	34,8
	A veces	17	25,8	25,8	60,6
	Casi siempre	9	13,6	13,6	74,2
	Siempre	17	25,8	25,8	100,0
	Total	66	100,0	100,0	



Según la Tabla 3, el 25.8% de los trabajadores responden "a veces" en relación a la dimensión organización, mientras que un menor porcentaje, el 13.6%, elige la respuesta "casi siempre". Esto se debe a que la empresa no cumple en su totalidad una distribución eficiente de tareas y responsabilidades de sus trabajadores de la empresa. Además de ello, se visualizó que no existe una coordinación adecuada entre cada área de trabajo.

**Tabla 4**

*Dimensión Dirección*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	9,1	9,1	9,1
	Casi nunca	16	24,2	24,2	33,3
	A veces	11	16,7	16,7	50,0
	Casi siempre	17	25,8	25,8	75,8
	Siempre	16	24,2	24,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Según la Tabla 4, el 25.8% de los trabajadores responden "casi siempre" en relación a la dimensión dirección, mientras que un menor porcentaje, el 9.1%, elige la respuesta "nunca". Lo cual se debe a que la empresa no suele emplear tecnologías de información y comunicación en el desarrollo de comunicación de la empresa.

**Tabla 5**
*Dimensión Control*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	10,6	10,6	10,6
	Casi nunca	19	28,8	28,8	39,4
	A veces	13	19,7	19,7	59,1
	Casi siempre	8	12,1	12,1	71,2
	Siempre	19	28,8	28,8	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Según la Tabla 5, el 28.8% de los trabajadores responden "siempre" en relación a la dimensión control, mientras que un menor porcentaje, el 10.6%, elige la respuesta "nunca". Esto se debe a que la empresa mantiene un adecuado liderazgo para dirigir a su personal y también, realiza un control eficiente sobre sus operaciones.

**Tabla 6**
*Variable Competitividad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	12	18,2	18,2	18,2
	Casi nunca	13	19,7	19,7	37,9
	A veces	8	12,1	12,1	50,0
	Casi siempre	20	30,3	30,3	80,3
	Siempre	13	19,7	19,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Según la Tabla 6, el 30.3% de los trabajadores responden "casi siempre" en relación a la variable competitividad, mientras que un menor porcentaje, el 12.1%, elige la respuesta "a veces". Esto se debe a que la empresa ha cultivado un ambiente que fomenta la creatividad e innovación, como evidenciado por la alta proporción de empleados que perciben que se fomenta la creatividad en la empresa y consideran que los servicios ofrecidos son innovadores.

**Tabla 7**

*Dimensión Innovación*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	9,1	9,1	9,1
	Casi nunca	18	27,3	27,3	36,4
	A veces	15	22,7	22,7	59,1
	Casi siempre	3	4,5	4,5	63,6
	Siempre	24	36,4	36,4	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Según la Tabla 7, el 36.4% de los trabajadores responden "siempre" en relación a la dimensión innovación, mientras que un menor porcentaje, el 4.5%, elige la respuesta "a casi siempre". Lo cual se debe a que el personal considera que sus ideas son escuchada e implementadas en la empresa, fomentando de esta manera la creatividad entre el personal.

**Tabla 8**
*Dimensión Tecnología*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	7,6	7,6	7,6
	Casi nunca	16	24,2	24,2	31,8
	A veces	19	28,8	28,8	60,6
	Casi siempre	10	15,2	15,2	75,8
	Siempre	16	24,2	24,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Según la Tabla 8, el 28.8% de los trabajadores responden "a veces" en relación a la dimensión tecnología, mientras que un menor porcentaje, el 7.6%, elige la respuesta "nunca". Esto evidencia que la empresa se encuentra en parte, actualizada en materia de nuevo desarrollo de programas y equipos de cómputo.

**Tabla 9**
*Dimensión Calidad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	10,6	10,6	10,6
	Casi nunca	13	19,7	19,7	30,3
	A veces	11	16,7	16,7	47,0
	Casi siempre	21	31,8	31,8	78,8
	Siempre	14	21,2	21,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Según la Tabla 9, el 78.8% de los trabajadores responden "casi siempre" en relación a la dimensión calidad, mientras que un menor porcentaje, el 10.6%, elige la respuesta "nunca". Lo cual muestra que la empresa, cuenta con un sólido proceso de control de calidad y que usualmente busca y selecciona a los mejores proveedores.

**Tabla 10**

*Dimensión Capacidad de marketing*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	19,7	19,7	19,7
	Casi nunca	11	16,7	16,7	36,4
	A veces	10	15,2	15,2	51,5
	Casi siempre	12	18,2	18,2	69,7
	Siempre	20	30,3	30,3	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

Según la Tabla 10, el 30.3% de los trabajadores responden "siempre" en relación a la dimensión capacidad de marketing, mientras que un menor porcentaje, el 15.2%, elige la respuesta "a veces". Ello evidencia, que la empresa cuenta con oportunidades de mejora en el posicionamiento frente a la competencia.

## Prueba de normalidad:

**Tabla 11**

*Pruebas de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión empresarial	,113	66	,037
Competitividad	,105	66	,068

a. Corrección de significación de Lilliefors

Se ha utilizado una muestra que consta de más de 50 elementos, lo que justifica la aplicación de la prueba de Kolmogorov-Smirnov<sup>a</sup>. A través de esta prueba, se determinó que los datos no siguen una distribución normal. Por lo tanto, se optará por emplear la prueba no paramétrica de Rho de Spearman.

### Prueba de hipótesis:

#### Hipótesis general:

H<sub>1</sub>: Existe relación entre la gestión empresarial y la competitividad de la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023.

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la gestión empresarial y la competitividad de la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023.

**Tabla 12**

*Correlación entre gestión empresarial y competitividad*

			Gestión empresarial	Competitividad
Rho de Spearman	Gestión empresarial	Coefficiente de correlación	1,000	,833**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	66	66
		Competitividad		
		Coefficiente de correlación	,833**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	66	66

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Al mantener un coeficiente de correlación de 0,833 con un sig. bilateral de 0,000; se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la nula ( $p < 0.05$ ), por ello se afirma que la gestión empresarial se relaciona de manera directa con la competitividad; lo cual evidencia de que cuando se gestione adecuadamente la gestión empresarial repercutirá de manera significativa sobre la competitividad de la empresa.

### Hipótesis Específica 1:

H<sub>1</sub>: Existe relación entre gestión empresarial e innovación en la empresa  
 Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023

H<sub>0</sub>: No existe relación entre gestión empresarial e innovación en la empresa  
 Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023

**Tabla 13**

*Correlación entre gestión empresarial e innovación*

			Gestión empresarial	Innovación
Rho de Spearman	Gestión empresarial	Coefficiente de correlación	1,000	,653**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	66	66
	Innovación	Coefficiente de correlación	,653**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		66	66	

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Al mantener un coeficiente de correlación de 0,653 con un sig. bilateral de 0,000; se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la nula ( $p < 0.05$ ), por ello se afirma que la gestión empresarial se relaciona de manera directa con la innovación; lo cual evidencia de que cuando se gestione adecuadamente la gestión empresarial repercutirá de manera significativa sobre la innovación de la empresa.



### Hipótesis Específica 2:

H<sub>1</sub>: Existe relación entre la gestión empresarial y la tecnología en la empresa  
 Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la gestión empresarial y la tecnología en la empresa  
 Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023

**Tabla 14**

*Correlación entre gestión empresarial y la tecnología*

			Gestión empresarial	Tecnología
Rho de Spearman	Gestión empresarial	Coeficiente de correlación	1,000	,677**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	66	66
	Tecnología	Coeficiente de correlación	,677**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	66	66

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Al mantener un coeficiente de correlación de 0,677 con un sig. bilateral de 0,000; se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la nula ( $p < 0.05$ ), por ello se afirma que la gestión empresarial se relaciona de manera directa con la tecnología; lo cual evidencia de que cuando se gestione adecuadamente la gestión empresarial repercutirá de manera significativa sobre la tecnología de la empresa.

### Hipótesis Específica 3:

H<sub>1</sub>: Existe relación entre la gestión empresarial con la calidad en la empresa  
 Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la gestión empresarial con la calidad en la empresa  
 Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023

**Tabla 15**

*Correlación entre gestión empresarial con la calidad*

			Gestión empresarial	Calidad
Rho de Spearman	Gestión empresarial	Coefficiente de correlación	1,000	,662**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	66	66
	Calidad	Coefficiente de correlación	,662**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	66	66

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Al mantener un coeficiente de correlación de 0,662 con un sig. bilateral de 0,000; se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la nula ( $p < 0.05$ ), por ello se afirma que la gestión empresarial se relaciona de manera directa con la calidad; lo cual evidencia de que cuando se gestione adecuadamente la gestión empresarial repercutirá de manera significativa sobre la calidad de la empresa.

#### Hipótesis Específica 4:

H<sub>1</sub>: Existe relación entre la gestión empresarial con la capacidad de marketing en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023.

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la gestión empresarial con la capacidad de marketing en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023.

**Tabla 16**

*Correlación entre gestión empresarial con la capacidad de marketing*

		Gestión empresarial	Capacidad de marketing
Rho de Spearman	Gestión empresarial	1,000	,535**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	66
Capacidad de marketing		,535**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000
		N	66

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Al mantener un coeficiente de correlación de 0,535 con un sig. bilateral de 0,000; se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la nula ( $p < 0.05$ ), por ello se afirma que la gestión empresarial se relaciona de manera directa con la capacidad de marketing; lo cual evidencia de que cuando se gestione adecuadamente la gestión empresarial repercutirá de manera significativa sobre la capacidad de marketing de la empresa.

## CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En relación al objetivo general se encontró un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,833, por lo que se afirma que la gestión empresarial se relaciona de manera directa con la competitividad de la empresa. De esta manera se asemeja al estudio de Balbin y Bellido (2019) quienes durante el proceso de su estudio encontraron como principal hallazgo un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.508 lo cual demuestra que existe relación positiva considerable entre la gestión empresarial con la competitividad.

De acuerdo al primer objetivo específico se encontró un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,653 lo cual demuestra una relación directa entre la gestión empresarial y la innovación. Lo cual guarda relación con el estudio de Meneses y Tineo (2022) quienes en sus resultados indicaron que existe relación entre ambas variables de estudio al encontrar un coeficiente de correlación Pearson de 0,719.

En relación al segundo objetivo específico, se encontró un coeficiente de correlación de 0,677 por ello se afirma que existe relación significativa entre la gestión empresarial y la tecnología. De esta forma, guarda similitud con el estudio de Gallo y Alcántara (2019) quienes afirmaron que la gestión empresarial está estrechamente vinculada con la competitividad empresarial con un Chi Cuadrado de 13,151, de forma que a fin de lograr una empresa que pueda competir es necesario gestionar de forma adecuada a la organización.

Por cuanto al tercer objetivo específico, se encontró un coeficiente de correlación de 0,662 por ello se afirma que existe relación significativa entre la gestión empresarial y la calidad en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023. De esta manera se asemeja al estudio de Loza (2019) quien obtuvo como resultado que el éxito de

un negocio se encuentra vinculado a la competitividad de la empresa, esto debido al hallazgo de un coeficiente Pearson de 0,848\*\* entre ambas variables de estudio.

Finalmente, respecto al cuarto objetivo específico se encontró un coeficiente de correlación de 0,662 con un sig. bilateral de 0,000 por ello se afirma que existe relación significativa entre la gestión empresarial y la capacidad de marketing. El cual guarda parcialmente similitud con el estudio de Tapia (2020) quien indica como dato correlacional un Rho de Spearman de 0,879 y que además la planificación empresarial es la etapa que marca el punto de partida para emprender, gestionar y alcanzar una adecuada competitividad que conlleve a grandes resultados dentro del ámbito empresarial y que brinde óptimos soportes que la posicionen en el mercado.

### **Conclusiones:**

En función a la comprobación de hipótesis general planteada, se encontró un valor de significancia menor a 0.05; por lo cual se aceptó la hipótesis de que existe relación directa entre la gestión empresarial con la competitividad de la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023.

En relación al objetivo general se encontró un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,833, por lo que se afirma que la gestión empresarial se relaciona de manera directa con la competitividad de la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023.

De acuerdo al primer objetivo específico se encontró un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,653 lo cual demuestra una relación directa entre la gestión empresarial y la innovación de la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023.

En relación al segundo objetivo específico, se encontró un coeficiente de correlación de 0,677 por ello se afirma que existe relación significativa entre la gestión empresarial y la tecnología de la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023.

Por cuanto al tercer objetivo específico, se encontró un coeficiente de correlación de 0,662 por ello se afirma que existe relación significativa entre la gestión empresarial y la calidad de la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023.

Finalmente, respecto al cuarto objetivo específico se encontró un coeficiente de correlación de 0,662 con un sig. bilateral de 0,000 por ello se afirma que existe relación significativa entre la gestión empresarial y la capacidad de marketing de la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023.

## Referencias

- Alegría, J., & Angulo, R. (2019). *Relación de la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de las pymes del Sector Calzado de Trujillo, 2019*. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41666/Alegr%c3%ada\\_CJR-Angulo\\_RRF.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/41666/Alegr%c3%ada_CJR-Angulo_RRF.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Álvarez, C., Naranjo, J., & Calderón, G. (2018). *Gestión empresarial en Colombia: un aporte desde la administración*. Obtenido de <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/53929/9789587197969.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alvarez, S. (2017). *Gestión empresarial y competitividad para el desarrollo sostenible de las pequeñas y medianas empresas del ámbito alimentos en el centro arqueológico de la ciudad de Cusco*. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4076/TESIS%20-%20ALVAREZ%20MANTILLA%20SHIRLEY.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Apac, J. (2017). *Gestión empresarial y el desarrollo de las micro y pequeñas empresas del distrito de Huánuco 2017*. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2369/GESTION\\_APAC\\_ACOSTA\\_JHUL\\_%20LEONARD.pdf?sequence=4](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2369/GESTION_APAC_ACOSTA_JHUL_%20LEONARD.pdf?sequence=4)
- Arteaga, P. (2019). *Gestión por procesos en la competitividad del hospital de alta complejidad “Virgen de la puerta” de la red asistencial La Libertad, EsSalud-2017*. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/30948>
- Augusto, B. (2016). *Metodología de la investigación* (5ta ed.). Colombia: Pearson Education.

- Balbin, F., & Bellido, C. (2019). *Gestión empresarial y su influencia en la competitividad de las empresas de la asociación de agentes de Aduana del Perú, Callao 2018*.  
Obtenido de <https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/090a21e6-9a6f-4bdd-865c-2118c695c3cd/content>
- Barreto, A. (2018). *Gestión empresarial y competitividad empresarial de las mypes textiles del emporio comercial de Gamarra, La Victoria, 2018*. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19391/Barreto\\_CAV.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19391/Barreto_CAV.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Barrios, M. (2016). *Gestión del conocimiento y capacidades de innovación* (8va ed.). Bogotá: Pearson educación.
- Beltrán Tejada, M. (2018). *Propuesta de un plan de gestión empresarial para la Asociación Hortifruticola de Colombia basado en un modelo estratégico y ambiental*. Obtenido de [https://repositorio.unbosque.edu.co/bitstream/handle/20.500.12495/1793/Beltr%c3%a1n\\_Tejada\\_Mar%c3%ada\\_Paula\\_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unbosque.edu.co/bitstream/handle/20.500.12495/1793/Beltr%c3%a1n_Tejada_Mar%c3%ada_Paula_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bernal, C. (2017). *Metodología de la investigación* (4ta ed.). Colombia: Pearson - Hall.
- Boscán, F., & Sandra, P. (2016). Las empresas micro, pequeñas y medianas: crecimiento con innovación tecnológica. *Revista de Comercio Exterior*, 205 – 235.
- Carrasco, S. (2016). *Metodología de investigación científica: Pautas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación* (4ta ed.). Lima: San Marcos.
- Cegarra, D. (2016). *Metodología de la investigación científica* (2da ed.). España: Esic Editorial.



Chiavenato, I. (2016). *Introducción a la teoría general de la administración* (9na ed.).

Mexico: McGraw-Hill International.

Chiavenato, I., & Arao, S. (2017). *Planeación estratégica* (7ma ed.). Mexico: Mc Graw Hill.

Chiavenato, I., & Sapiro, A. (2011). *Planeación estratégica* (2da ed.). Mexico: McGraw Hill  
Education.

Choez, F., & Moreira, E. (2020). *La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor  
de competitividad en las empresas de servicios-Ecuador*. Obtenido de  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539687>

Cordova, F. (2016). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*  
(9na ed.). Caracas: Episteme.

Cubillas, M., & Rozo, D. (2017). *El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia  
para la competitividad* (3era ed.). Bogota, Colombia: Universidad de la Salle.

D'Alessio, F. (2017). *El proceso estratégico- Un enfoque de gerencia* (4ta ed.). Mexico:  
Pearson.

Deas, L. (2019). *Administración estratégica* (3era ed.). Mexico: Mc Graw Hill.

Dess, G., Lumpkin, T., & Eisner, A. (2011). *Administración estratégica*. Mexico: Mc Graw  
Hill.

Fayol, H. (2011). *Principios de organización*. Mexico: Mexicana.

Fred, D. (2008). *Conceptos de administración estratégica*. Mexico: Pearson Educacion.

Fred, D. (2016). *Concepto de administración estratégica* (2da ed.). Mexico: Pearson  
Education.

- Gallo, R., & Alcántara, L. (2019). *Gestión empresarial y competitividad en la empresa comunal de servicios Múltiples Rancas - Pasco 2017*. Obtenido de [http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1349/1/T026\\_09947745\\_M.pdf](http://repositorio.undac.edu.pe/bitstream/undac/1349/1/T026_09947745_M.pdf)
- Gerry, J., Kevan, S., & Richard, W. (2016). *Fundamentos de estrategia* (6ta ed.). Madrid: Pearson.
- Gomez, G. (1994). *Planeacion y organizacion de la empresa*. Mexico: McGraw-HILL.
- Gutiérrez, J. (2021). *Propuesta de un modelo de gestión de diseño vinculado a la estrategia competitiva en las pymes del sector manufacturas del mueble en Medellín*. Obtenido de <https://bibliotecadigital.udea.edu.co/handle/10495/23672>
- Hernández, R. (2016). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2021). *Características de las Empresas del MYPE en el ámbito nacional*. Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-demografia\\_empresarial.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin-demografia_empresarial.pdf)
- López, A. (2022). *Las estrategias competitivas y su valor fundamental en la misión de las empresas*. Obtenido de <https://riunet.upv.es/handle/10251/188763>
- Loza, A. (2019). *Relación entre la inteligencia de negocios y la competitividad en la empresa GL Tracker Sur S.A.C.* Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23549/Loza%20Domenack%20c%20Adriana%20Patricia.pdf?sequence=6&isAllowed=y>
- Manuera, J., & Rodriguez, A. (2016). *Estrategias de marketing* (5ta ed.). Madrid, España: Esic Editorial.

Martin, M. (2016). *Aproximación a un modelo de buena gestión en las pequeñas empresa.*

Obtenido de

<https://ruidera.uclm.es/xmlui/bitstream/handle/10578/9811/TESIS%20Mart%C3%ADn%20Garc%C3%ADa.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Matienzo Chanco, A., & Matienzo Chanco, A. (2018). *Principales factores que intervienen en la decisión de incorporar comercio electrónico en las MYPES del Sector textil-confecciones del Emporio Comercial de Gamarra que impactan en su competitividad empresarial.* Obtenido de

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625563/Matienzo\\_C\\_A.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625563/Matienzo_C_A.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

Meneses, G., & Tineo, A. (2022). *Gestión empresarial y competitividad en el sector Mype del rubro textil de Lima Metropolitana 2021.* Obtenido de [https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5526/G.Meneses\\_A.Tineo\\_Tesis\\_Titulo\\_Profesional\\_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5526/G.Meneses_A.Tineo_Tesis_Titulo_Profesional_2022.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Negron, D. (2016). *Administración de operaciones* (8va ed.). Mexico: CENGAGE Learning Editores S.A.

Niño, V. (2019). *Metodología de la investigación. Diseño, ejecución e informe. 2da edición.*

Noriega Montoya, R. (2019). *La responsabilidad social y la gestión empresarial en la empresa encargada de la inspección de la capacidad de tanques de carga montados sobre vehículos automotores.* Obtenido de <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23622/Noriega%20Montoya%20Renzo%20Arturo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Pereyra, L. (2020). *Metodología de la investigación. Serie klik para bachillerato*. Madrid: Editoriales Rinder.
- Pietro, J. (2018). *Gestión estratégica organizacional* (9na ed.). Bogota, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Porter, M. (2020). *Estrategia competitiva* (3era ed.). Madrid: Piramide.
- Reyes, A. (2023). *Gestión administrativa y desempeño laboral del comercio Chang, Cantón Jipijapa*. Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/5266>
- Rivera, J., & Garcillan, M. (2017). *Dirección de marketing fundamentos y aplicación* (5ta ed.). Madrid: Esic Editorial.
- Rocca, E., García, D., & Duréndez, A. (2016). *Factores determinantes del éxito competitivo en la mipyme: un estudio empírico en empresas peruanas*. Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/16431>
- Ruiz Alva, V. (2018). *Planeación estratégica y la competitividad empresarial de tiendas de ropa infantil "Chikitines S.A.C."*. Obtenido de [https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/14983/ruizalva\\_venancio.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/14983/ruizalva_venancio.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Suarez, C., & Gomez, A. (2016). *Sistemas de información* (7ma ed.). Mexico: Alfaomega Group.
- Tapia, A. (2020). *Modelo de gestión empresarial en el marco de la responsabilidad socio - ambiental en la industria del reciclaje*. Obtenido de <http://dspace.uan.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/2346/MODELO%20DE%20GESTI%C3%93N%20EMPRESARIAL%20EN%20EL%20MARCO%20D>

E%20LA%20RESPONSABILIDAD%20SOCIO-

AMBIENTAL%20EN%20LA%20INDUSTRIA%20DEL%20RECICLAJE%20CA

SO%20DE%20ESTUDIO%20RECOLECTORA%20DE%20RES

Tejada, G., & Ugaz, C. (2016). *Propuesta de un plan estratégico para mejorar la competitividad de la empresa Serviconfort E.I.R.L de la ciudad de Trujillo periodo 2016 - 2018.* Obtenido de [https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/2321/1/RE\\_ADMI\\_GREYS\\_I.TEJADA\\_CLAUDIA.UGAZ\\_PROPUESTA.DE.UN.PLAN.ESTRATEGICO.PARA.MEJORAR.LA.COMPETITIVIDAD\\_DATOS.PDF](https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/2321/1/RE_ADMI_GREYS_I.TEJADA_CLAUDIA.UGAZ_PROPUESTA.DE.UN.PLAN.ESTRATEGICO.PARA.MEJORAR.LA.COMPETITIVIDAD_DATOS.PDF)

Velasco, E. (2011). *Definición de organización.* Mexico: Mexicana.

Velasco, J. (2018). *Gestion de la calidad empresarial* (9na ed.). Madrid: Esic Editorial.

## Anexos

### ANEXO N° 01. Cuestionario

#### **RELACIÓN DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA MANTENIMIENTO E INGENIERÍA INDUSTRIAL S.R.L, CAJAMARCA 2023**

Estimado(a), se agradece su apertura a la participación de esta encuesta, el cual tiene un objetivo netamente académico. Esta encuesta es anónima, se agradece por su transparente participación.

1. ¿Considera que la planificación es importante en la empresa?
  1. Nunca
  2. Casi nunca
  3. A veces
  4. Casi siempre
  5. Siempre
2. ¿Los procesos de la empresa están planificados para el logro de objetivos?
  1. Nunca
  2. Casi nunca
  3. A veces
  4. Casi siempre
  5. Siempre
3. ¿Se establecen objetivos concretos organizacionales en las diferentes áreas de la empresa?
  1. Nunca
  2. Casi nunca
  3. A veces
  4. Casi siempre
  5. Siempre
4. ¿Se cumple con la distribución eficiente de tareas y responsabilidades a los trabajadores de la empresa?
  1. Nunca
  2. Casi nunca
  3. A veces
  4. Casi siempre
  5. Siempre
5. ¿Considera que existe coordinación efectiva entre las áreas y colaboradores de la empresa?
  1. Nunca
  2. Casi nunca
  3. A veces

4. Casi siempre
  5. Siempre
- 
6. ¿Se emplea tecnologías de información y comunicación en el desarrollo de la comunicación de la empresa?
    1. Nunca
    2. Casi nunca
    3. A veces
    4. Casi siempre
    5. Siempre
- 
7. ¿La empresa utiliza la motivación para obtener mejores resultados?
    1. Nunca
    2. Casi nunca
    3. A veces
    4. Casi siempre
    5. Siempre
- 
8. ¿La empresa aplica un liderazgo adecuado para dirigir al personal?
    1. Nunca
    2. Casi nunca
    3. A veces
    4. Casi siempre
    5. Siempre
- 
9. ¿La empresa realiza un control eficiente de sus operaciones?
    1. Nunca
    2. Casi nunca
    3. A veces
    4. Casi siempre
    5. Siempre
- 
10. ¿La empresa evalúa los resultados obtenidos?
    1. Nunca
    2. Casi nunca
    3. A veces
    4. Casi siempre
    5. Siempre
- 
11. ¿Se fomenta la creatividad en empresa?
    1. Nunca
    2. Casi nunca

3. A veces
4. Casi siempre
5. Siempre

12. ¿Considera que los servicios ofrecidos son innovadores?

1. Nunca
2. Casi nunca
3. A veces
4. Casi siempre
5. Siempre

13. ¿La empresa está actualizada en materia de nuevo desarrollo de programas y equipos de cómputo?

1. Nunca
2. Casi nunca
3. A veces
4. Casi siempre
5. Siempre

14. ¿La empresa utiliza tecnología o maquinaria innovadora para la prestación de sus servicios?

1. Nunca
2. Casi nunca
3. A veces
4. Casi siempre
5. Siempre

15. ¿La empresa busca y selecciona a los mejores proveedores?

1. Nunca
2. Casi nunca
3. A veces
4. Casi siempre
5. Siempre

16. ¿La empresa utiliza materiales y herramientas de alta calidad en la prestación de servicios?

1. Nunca
2. Casi nunca
3. A veces
4. Casi siempre
5. Siempre



17. ¿La empresa cuenta con proceso sólido de control de calidad?
1. Nunca
  2. Casi nunca
  3. A veces
  4. Casi siempre
  5. Siempre
18. ¿Se utiliza estrategias de promoción como material publicitario y presencia en redes sociales para los servicios?
1. Nunca
  2. Casi nunca
  3. A veces
  4. Casi siempre
  5. Siempre
19. ¿La empresa realiza investigaciones de mercado para comprender mejor al cliente y al entorno?
1. Nunca
  2. Casi nunca
  3. A veces
  4. Casi siempre
  5. Siempre
20. ¿Considera que la empresa cuenta con un buen posicionamiento frente a la competencia?
1. Nunca
  2. Casi nunca
  3. A veces
  4. Casi siempre
  5. Siempre

ANEXO N° 02. Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<b>1. Problema General:</b>	<b>1. Objetivo General:</b>	<b>1. Hipótesis General:</b>	<b>V. Independiente</b>		1. Tipo de Investigación: Básica 2. Enfoque: Cuantitativo 3. Alcance: Correlacional 4. Diseño: No experimental 5. Población: 358 personas 6. Muestra: 66 personas 7. Técnicas: Encuesta 8. Instrumentos: Cuestionario
¿Qué relación existe entre la gestión empresarial y competitividad en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023?	Determinar la relación que existe entre la gestión empresarial y la competitividad de la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023.	La gestión empresarial se relaciona de manera directa con la competitividad de la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023	Gestión empresarial	Planificación Organización Dirección Control	
<b>2. Problemas Específicos</b>	<b>2. Objetivos Específicos</b>	<b>2. Hipótesis Específicas</b>			
<b>Problema Específico 1</b>	<b>Objetivo Específico 1</b>	<b>Hipótesis Específica 1</b>			
¿Qué relación existe entre la gestión empresarial y la innovación en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023?	Determinar la relación entre gestión empresarial e innovación en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023	Existe relación directa entre la gestión empresarial y la innovación en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023	Competitividad	Innovación Tecnología Calidad Capacidad de Marketing	
<b>Problema Específico 2</b>	<b>Objetivo Específico 2</b>	<b>Hipótesis Específica 2</b>			
¿Cuál es la relación que existen entre la gestión empresarial y la tecnología en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023?	Determinar la relación entre la gestión empresarial y la tecnología en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023	Existe relación significativa entre la gestión empresarial y la tecnología en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023			
<b>Problema Específico 3</b>	<b>Objetivo Específico 3</b>	<b>Hipótesis Específica 3</b>	<b>V. Dependiente:</b>		
¿Cuál es la relación que existen entre la gestión empresarial y calidad en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023?	Determinar la relación entre la gestión empresarial con la calidad en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023	Existe relación significativa entre la gestión empresarial y la calidad en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023			

<b>Problema Específico 4</b>	<b>Objetivo Específico 4</b>	<b>Hipótesis Específica 4</b>			
¿Cuál es la relación que existen entre la gestión empresarial y capacidad de marketing en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023?	Determinar la relación entre la gestión empresarial con la capacidad de marketing en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023.	Existe una relación significativa entre la gestión empresarial y la capacidad de marketing en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023			

ANEXO N° 03. Operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala	Ítem
Gestión Empresarial	Comprende un proceso en el que se deben determinar toda una serie de tareas que se llevarán a cabo con la única finalidad de alcanzar los objetivos de la empresa	Es la evaluación de la gestión empresarial, a través de 5 preguntas, en razón a sus 4 dimensiones: Planeación, Control, Organización y Dirección	Planificación	Importancia de la planificación.	Ordinal	1
				Planificación de procesos para objetivos.		2
				Establecimiento de objetivos concretos.		3
			Organización	Distribución eficiente de tareas.		4
				Coordinación efectiva entre áreas.		5
				Limpieza y orden en el área de trabajo.		6
			Dirección	Uso de tecnologías de comunicación.		7
				Motivación para mejores resultados.		8
				Aplicación de estrategias de liderazgo.		9
			Control	Liderazgo adecuado.		10
				Control eficiente de operaciones.		11
				Evaluación de resultados.		12
Competitividad	Es aquella estrategia que permite poder lograr los resultados más esperados o deseados y que ayudan a proponerse objetivos para lograr y conseguirlos	Es la evaluación de la competitividad de la empresa mediante la aplicación de un cuestionario, estructurado en base a 5 concerniente a sus 3 dimensiones: tecnología, capacidad de marketing e innovación.	Innovación	Creatividad fomentada	Ordinal	1
				Servicios innovadores		2
				Implementación de ideas		3
			Tecnología	Actualización tecnológica.		4
				Tecnología innovadora.		5
				Conectividad adecuada.		6
			Calidad	Selección de proveedores.		7
				Alta calidad de materiales.		8
				Control de calidad sólido.		9
			Capacidad de marketing	Estrategias de promoción.		10
				Investigación de mercado.		11
				Posicionamiento competitivo.		12

## ANEXO N° 04. Confiabilidad

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,888	24

### Estadísticas de total de elemento

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
¿Considera que la planificación es importante en la empresa?	68,77	288,240	,545	,882
¿Los procesos de la empresa están planificados para el logro de objetivos?	68,67	297,518	,388	,886
¿Se establecen objetivos concretos organizacionales en las diferentes áreas de la empresa?	68,47	285,299	,633	,880
¿Se cumple con la distribución eficiente de tareas y responsabilidades a los trabajadores de la empresa?	68,59	292,738	,455	,884
¿Considera que existe coordinación efectiva entre las áreas y colaboradores de la empresa?	68,74	285,548	,608	,880
¿Usted considera que su área de trabajo siempre está limpia y ordenada?	68,64	297,989	,306	,889
¿Se emplea tecnologías de información y comunicación en el desarrollo de la comunicación de la empresa?	68,71	294,454	,426	,885

¿La empresa utiliza la motivación para obtener mejores resultados?	68,64	288,820	,568	,882
¿Considera usted que la empresa aplica estrategias de liderazgo eficientes?	68,76	289,694	,545	,882
¿La empresa aplica un liderazgo adecuado para dirigir al personal?	68,53	298,468	,354	,887
¿La empresa realiza un control eficiente de sus operaciones?	68,53	285,576	,559	,882
¿La empresa evalúa los resultados obtenidos?	68,59	290,584	,536	,882
¿Se fomenta la creatividad en empresa?	68,71	297,039	,350	,887
¿Considera que los servicios ofrecidos son innovadores?	68,76	290,279	,517	,883
¿Siente que sus ideas son escuchada e implementadas en su empresa?	68,56	293,235	,429	,885
¿La empresa está actualizada en materia de nuevo desarrollo de programas y equipos de cómputo?	68,56	291,758	,472	,884
¿La empresa utiliza tecnología o maquinaria innovadora para la prestación de sus servicios?	68,58	291,448	,460	,884
¿Considera usted que la conectividad web es adecuada para realizar sus actividades diarias?	68,42	289,510	,549	,882
¿La empresa busca y selecciona a los mejores proveedores?	68,82	296,428	,385	,886

¿La empresa utiliza materiales y herramientas de alta calidad en la prestación de servicios?	68,67	292,287	,475	,884
¿La empresa cuenta con proceso sólido de control de calidad?	68,58	288,402	,528	,882
¿Se utiliza estrategias de promoción como material publicitario y presencia en redes sociales para los servicios?	68,92	304,594	,226	,890
¿La empresa realiza investigaciones de mercado para comprender mejor al cliente y al entorno?	68,67	285,149	,634	,880
¿Considera que la empresa cuenta con un buen posicionamiento frente a la competencia?	68,76	298,002	,339	,887

## ANEXO N° 05. Validación de instrumentos

### EXPEDIENTE DE VALIDACIÓN

#### CARTA DE PRESENTACIÓN

Estimado docente:

MG. James Gamarra Banda.

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO A TRAVÉS DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo bachiller optando por el título profesional de Licenciado en Administración y Marketing de la Universidad Privada del Norte, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual obtendremos el grado de Licenciatura en Administración.

El título de la investigación es: "RELACIÓN DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD EN LA EMPRESA MANTENIMIENTO E INGENIERÍA INDUSTRIAL SRL, CAJAMARCA 2023" y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Matriz de Consistencia
- Definiciones conceptuales de la variable y sus dimensiones.
- Ficha para validez de instrumento.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Brenda Nataly Soto Bardales

DNI: 78464467



Raquel Selene Urteaga Sanchez

DNI: 72946515



## ADJUNTAR MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA
<b>1. Problema General:</b>	<b>1. Objetivo General:</b>	<b>1. Hipótesis General:</b>	<b>V. Independiente</b>		1. Tipo de Investigación: Básica 2. Enfoque: Cuantitativo 3. Alcance: Correlacional 4. Diseño: No experimental 5. Población: 358 personas 6. Muestra: 66 personas 7. Técnicas: Encuesta 8. Instrumentos: Cuestionario
¿Qué relación existe entre la gestión empresarial y competitividad en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023?	Determinar la relación que existe entre la gestión empresarial y la competitividad de la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023.	La gestión empresarial se relaciona de manera directa con la competitividad de la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023	Gestión empresarial	Planificación Organización Dirección Control	
<b>2. Problemas Específicos</b>	<b>2. Objetivos Específicos</b>	<b>2. Hipótesis Específicas</b>			
<b>Problema Específico 1</b>	<b>Objetivo Específico 1</b>	<b>Hipótesis Específica 1</b>	Competitividad	Innovación Tecnología Calidad Capacidad de Marketing	
¿Qué relación existe entre la gestión empresarial y la innovación en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023?	Determinar la relación entre gestión empresarial e innovación en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023	Existe relación directa entre la gestión empresarial y la innovación en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023			
<b>Problema Específico 2</b>	<b>Objetivo Específico 2</b>	<b>Hipótesis Específica 2</b>			
¿Cuál es la relación que existen entre la gestión empresarial y la tecnología en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023?	Determinar la relación entre la gestión empresarial y la tecnología en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023	Existe relación significativa entre la gestión empresarial y la tecnología en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023	<b>V. Dependiente:</b>		
<b>Problema Específico 3</b>	<b>Objetivo Específico 3</b>	<b>Hipótesis Específica 3</b>			
¿Cuál es la relación que existen entre la gestión	Determinar la relación entre la gestión	Existe relación significativa entre la			

empresarial y calidad en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023?	empresarial con la calidad en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023	gestión empresarial y la calidad en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023			
<b>Problema Especifico 4</b>	<b>Objetivo Especifico 4</b>	<b>Hipótesis Especifica 4</b>			
¿Cuál es la relación que existen entre la gestión empresarial y capacidad de marketing en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023?	Determinar la relación entre la gestión empresarial con la capacidad de marketing en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca, 2023.	Existe una relación significativa entre la gestión empresarial y la capacidad de marketing en la empresa Mantenimiento e Ingeniería Industrial SRL, Cajamarca 2023			

**FORMATO DE VALIDEZ BASADA EN EL CONTENIDO**
**VARIABLE N° 01: GESTIÓN EMPRESARIAL**

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estamos realizando la validez basada en el contenido de un instrumento destinado a medir la Gestión Empresarial. En ese sentido, solicito pueda evaluar los 10 ítems en 5 criterios en Escala de Likert: Siempre, Casi siempre, A veces, Casi nunca, y Nunca. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

**I.DATOS GENERALES**

<b>Nombre y Apellido</b>			
<b>Sexo:</b>	Varón ( )	Mujer ( )	
<b>Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título)</b>			
<b>Grado académico:</b>	Licenciado ( )	Magister ( )	Doctor ( )
<b>Area de Formación académica</b>	Organizacional ( )	Educativa ( )	Social ( )
	Otro:		
<b>Areas de experiencia profesional</b>			
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área</b>	2 a 4 años ( )	5 a 10 años ( )	10 años a más ( )

### **II.BREVE EXPLICACIÓN DEL CONSTRUCTO**

Respecto a la variable Gestión Empresarial, Dess et al. (2017) argumenta que comprende un proceso en el que se deben determinar toda una serie de tareas que se llevarán a cabo con la única finalidad de alcanzar los objetivos de la empresa.

**a. Siempre:**

El grado en que el ítem es muy frecuente, para evaluar el nivel de frecuencia se otorgará una calificación de 5.

**b. Casi Siempre:**

El grado en que el ítem es frecuente, para evaluar el nivel de frecuencia se otorgará una calificación de 4.

**c. A veces:**

El grado en que el ítem no es frecuente, sucede pocas veces, para evaluar el nivel de frecuencia se otorgará una calificación de 3.

**d. Casi nunca.**

El grado en que el ítem no es frecuente, sucede muy pocas veces, para evaluar el nivel de frecuencia se otorgará una calificación de 2.

**e. Nunca:**

El grado en que el ítem no es frecuente, no sucede, para evaluar el nivel de frecuencia se otorgará una calificación de 1

**CUESTIONARIO PARA GESTIÓN EMPRESARIAL**

Escala valorativa	
Categoría	Escala
Siempre	5
Casi siempre	4
A veces	3
Casi nunca	2
Nunca	1

**DATOS DEL ENCUESTADO:**

- 1.1 Sexo: 1.3 Tiempo de servicio:  
 1.2 Edad: 1.4 Grado de instrucción

Nº		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
<b>DIMENSIÓN: PLANIFICACIÓN</b>						
1	¿Considera que la planificación es importante en la empresa?					
2	¿Los procesos de la empresa están planificados para el logro de objetivos?					
3	¿Se establecen objetivos concretos organizacionales en las diferentes áreas de la empresa?					
<b>DIMENSIÓN: ORGANIZACIÓN</b>						
4	¿Se cumple con la distribución eficiente de tareas y responsabilidades a los trabajadores de la empresa?					
5	¿Considera que existe coordinación efectiva entre las áreas y colaboradores de la empresa?					
6	¿Usted considera que su área de trabajo siempre está limpia y ordenada?					
<b>DIMENSIÓN: DIRECCIÓN</b>						
7	¿Se emplea tecnologías de información y comunicación en el desarrollo de la comunicación de la empresa?					
8	¿La empresa utiliza la motivación para obtener mejores resultados?					
9	¿Considera usted que la empresa aplica estrategias de liderazgo eficientes?					
<b>DIMENSIÓN: CONTROL</b>						
10	¿La empresa aplica un liderazgo adecuado para dirigir al personal?					
11	¿La empresa realiza un control eficiente de sus operaciones?					
12	¿La empresa evalúa los resultados obtenidos?					

¡Muchas gracias!

**FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**
**I. REFERENCIA**

- 1.1. EXPERTO: JAMES GAMARRA BANDA
- 1.2. ESPECIALIDAD: LIC. EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
- 1.3. Cargo actual: DIRECCIÓN DE OPERACIONES ACADÉMICAS
- 1.4. Grado académico: MAGÍSTER
- 1.5. Institución: UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
- 1.6. Tipo de instrumento: ENCUESTA
- 1.7. Lugar y fecha: CAJAMARCA, 6 DE OCTUBRE DE 2023.

**II. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS**

N°	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores.	X					
2	Formulado con lenguaje apropiado.	X					
3	Adecuado para los sujetos de estudio.	X					
4	Facilita la prueba de hipótesis.	X					
5	Suficiencia para medir la variable.			X			
6	Facilita la interpretación del instrumento.	X					
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología.		X				
8	Expresado en hecho perceptibles.	X					
9	Tiene secuencia lógica.	X					
10	Basado en aspectos teóricos.	X					
<b>TOTAL</b>		47					

**Coefficiente de valoración porcentual:**  $c = 47/50 = 94\%$  noventa y cuatro por ciento.

**III. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES**

.....  
 .....  
 .....

  
 .....  
**Firma del Experto**

**FORMATO DE VALIDEZ BASADA EN EL CONTENIDO**
**VARIABLE N° 02: COMPETITIVIDAD**

Estimado(a) experto(a):

Reciba mis más cordiales saludos, el motivo de este documento es informarle que estamos realizando la validez basada en el contenido de un instrumento destinado a medir la competitividad. En ese sentido, solicito pueda evaluar los 10 ítems en 5 criterios en Escala de Likert: Siempre, Casi siempre, A veces, Casi nunca, y Nunca. Su sinceridad y participación voluntaria me permitirá identificar posibles fallas en la escala.

Antes es necesario completar algunos datos generales:

**I.DATOS GENERALES**

<b>Nombre y Apellido</b>			
<b>Sexo:</b>	Varón ( )	Mujer ( )	
<b>Años de experiencia profesional: (desde la obtención del título)</b>			
<b>Grado académico:</b>	Licenciado ( )	Magister ( )	Doctor ( )
<b>Área de Formación académica</b>	Organizacional ( )	Educativa ( )	Social ( )
	Otro:		
<b>Áreas de experiencia profesional</b>			
<b>Tiempo de experiencia profesional en el área</b>	2 a 4 Años ( )	5 a 10 años ( )	10 años a más ( )

## II. BREVE EXPLICACIÓN DEL CONSTRUCTO

**RESPECTO A LA VARIABLE COMPETITIVIDAD**, Según Gómez (2017) precisa que, es aquella estrategia que permite poder lograr los resultados más esperados o deseados y que ayudan a proponerse objetivos para lograr y conseguirlos

## III. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

**a. Siempre:**

El grado en que el ítem es muy frecuente, para evaluar el nivel de frecuencia se otorgará una calificación de 5.

**b. Casi siempre:**

El grado en que el ítem es frecuente, para evaluar el nivel de frecuencia se otorgará una calificación de 4.

**c. A veces:**

El grado en que el ítem no es frecuente, sucede pocas veces, para evaluar el nivel de frecuencia se otorgará una calificación de 3.

**d. Casi nunca.**

El grado en que el ítem no es frecuente, sucede muy pocas veces, para evaluar el nivel de frecuencia se otorgará una calificación de 2.

**e. Nunca:**

El grado en que el ítem no es frecuente, no sucede, para evaluar el nivel de frecuencia se otorgará una calificación de 1



**CUESTIONARIO PARA “COMPETITIVIDAD”**

Escala valorativa	
Categoría	Escala
Siempre	5
Casi siempre	4
A veces	3
Casi nunca	2
Nunca	1

**DATOS DEL ENCUESTADO:**

- 1.3 Sexo: 1.3 Tiempo de servicio:  
 1.4 Edad: 1.4 Grado de instrucción

N°		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
<b>DIMENSIÓN: INNOVACIÓN</b>						
1	¿Se fomenta la creatividad en empresa?					
2	¿Considera que los servicios ofrecidos son innovadores?					
3	¿Siente que sus ideas son escuchada e implementadas en su empresa?					
<b>DIMENSIÓN: TECNOLOGÍA</b>						
4	¿La empresa está actualizada en materia de nuevo desarrollo de programas y equipos de cómputo?					
5	¿La empresa utiliza tecnología o maquinaria innovadora para la prestación de sus servicios?					
6	¿Considera usted que la conectividad web es adecuada para realizar sus actividades diarias?					
<b>DIMENSIÓN: CALIDAD</b>						
7	¿La empresa busca y selecciona a los mejores proveedores?					
8	¿La empresa utiliza materiales y herramientas de alta calidad en la prestación de servicios?					
9	¿La empresa cuenta con proceso sólido de control de calidad?					
<b>DIMENSIÓN: CAPACIDAD DE MARKETING</b>						
10	¿Se utiliza estrategias de promoción como material publicitario y presencia en redes sociales para los servicios?					
11	¿La empresa realiza investigaciones de mercado para comprender mejor al cliente y al entorno?					
12	¿Considera que la empresa cuenta con un buen posicionamiento frente a la competencia?					

**FICHA PARA VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**
**IV. REFERENCIA**

- 1.8. EXPERTO: JAMES GAMARRA BANDA  
 1.9. ESPECIALIDAD: LIC. EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES  
 1.10. Cargo actual: DIRECCIÓN DE OPERACIONES ACADÉMICAS  
 1.11. Grado académico: MAGÍSTER  
 1.12. Institución: UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE  
 1.13. Tipo de instrumento: ENCUESTA  
 1.14. Lugar y fecha: CAJAMARCA, 6 DE OCTUBRE DE 2023.

**V. TABLA DE VALORACIÓN POR EVIDENCIAS**

N°	EVIDENCIAS	VALORACIÓN					
		5	4	3	2	1	0
1	Pertinencia de indicadores.	X					
2	Formulado con lenguaje apropiado.	X					
3	Adecuado para los sujetos de estudio.	X					
4	Facilita la prueba de hipótesis.	X					
5	Suficiencia para medir la variable.			X			
6	Facilita la interpretación del instrumento.	X					
7	Acorde al avance de la ciencia y tecnología.		X				
8	Expresado en hecho perceptibles.	X					
9	Tiene secuencia lógica.	X					
10	Basado en aspectos teóricos.	X					
<b>TOTAL</b>		47					

**Coefficiente de valoración porcentual:**  $c = 47/50 = 94\%$  noventa y cuatro por ciento.

**VI. OBSERVACIONES Y/O RECOMENDACIONES**

.....  
 .....  
 .....

  
 .....  
**Firma del Experto**

ANEXO N° 06. Resultados descriptivos por ítems

*¿Considera que la planificación es importante en la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	15	22,7	22,7	22,7
	Casi nunca	14	21,2	21,2	43,9
	A veces	14	21,2	21,2	65,2
	Casi siempre	11	16,7	16,7	81,8
	Siempre	12	18,2	18,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿Los procesos de la empresa están planificados para el logro de objetivos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	10	15,2	15,2	15,2
	Casi nunca	16	24,2	24,2	39,4
	A veces	16	24,2	24,2	63,6
	Casi siempre	14	21,2	21,2	84,8
	Siempre	10	15,2	15,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿Se establecen objetivos concretos organizacionales en las diferentes áreas de la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	12,1	12,1	12,1
	Casi nunca	16	24,2	24,2	36,4
	A veces	16	24,2	24,2	60,6
	Casi siempre	9	13,6	13,6	74,2
	Siempre	17	25,8	25,8	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿Se cumple con la distribución eficiente de tareas y responsabilidades a los trabajadores de la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	16,7	16,7	16,7
	Casi nunca	16	24,2	24,2	40,9
	A veces	12	18,2	18,2	59,1
	Casi siempre	13	19,7	19,7	78,8
	Siempre	14	21,2	21,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿Considera que existe coordinación efectiva entre las áreas y colaboradores de la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	15	22,7	22,7	22,7
	Casi nunca	13	19,7	19,7	42,4
	A veces	13	19,7	19,7	62,1
	Casi siempre	14	21,2	21,2	83,3
	Siempre	11	16,7	16,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿Usted considera que su área de trabajo siempre está limpia y ordenada?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	16	24,2	24,2	24,2
	Casi nunca	12	18,2	18,2	42,4
	A veces	11	16,7	16,7	59,1
	Casi siempre	10	15,2	15,2	74,2
	Siempre	17	25,8	25,8	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿Se emplea tecnologías de información y comunicación en el desarrollo de la comunicación de la empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	16,7	16,7	16,7

Casi nunca	20	30,3	30,3	47,0
A veces	10	15,2	15,2	62,1
Casi siempre	13	19,7	19,7	81,8
Siempre	12	18,2	18,2	100,0
Total	66	100,0	100,0	

*¿La empresa utiliza la motivación para obtener mejores resultados?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	16,7	16,7	16,7
	Casi nunca	14	21,2	21,2	37,9
	A veces	17	25,8	25,8	63,6
	Casi siempre	12	18,2	18,2	81,8
	Siempre	12	18,2	18,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿Considera usted que la empresa aplica estrategias de liderazgo eficientes?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	19,7	19,7	19,7
	Casi nunca	14	21,2	21,2	40,9
	A veces	18	27,3	27,3	68,2
	Casi siempre	10	15,2	15,2	83,3
	Siempre	11	16,7	16,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿La empresa aplica un liderazgo adecuado para dirigir al personal?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	9	13,6	13,6	13,6
	Casi nunca	15	22,7	22,7	36,4
	A veces	15	22,7	22,7	59,1
	Casi siempre	14	21,2	21,2	80,3
	Siempre	13	19,7	19,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿La empresa realiza un control eficiente de sus operaciones?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	21,2	21,2	21,2
	Casi nunca	11	16,7	16,7	37,9
	A veces	14	21,2	21,2	59,1
	Casi siempre	8	12,1	12,1	71,2
	Siempre	19	28,8	28,8	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿La empresa evalúa los resultados obtenidos?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	9	13,6	13,6	13,6
	Casi nunca	17	25,8	25,8	39,4
	A veces	14	21,2	21,2	60,6
	Casi siempre	14	21,2	21,2	81,8
	Siempre	12	18,2	18,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿Se fomenta la creatividad en empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	17	25,8	25,8	25,8
	Casi nunca	8	12,1	12,1	37,9
	A veces	16	24,2	24,2	62,1
	Casi siempre	13	19,7	19,7	81,8
	Siempre	12	18,2	18,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿Considera que los servicios ofrecidos son innovadores?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	19,7	19,7	19,7
	Casi nunca	16	24,2	24,2	43,9
	A veces	15	22,7	22,7	66,7
	Casi siempre	10	15,2	15,2	81,8
	Siempre	12	18,2	18,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿Siente que sus ideas son escuchada e implementadas en su empresa?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	19,7	19,7	19,7
	Casi nunca	12	18,2	18,2	37,9
	A veces	13	19,7	19,7	57,6
	Casi siempre	13	19,7	19,7	77,3
	Siempre	15	22,7	22,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿La empresa está actualizada en materia de nuevo desarrollo de programas y equipos de cómputo?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	16,7	16,7	16,7
	Casi nunca	14	21,2	21,2	37,9
	A veces	16	24,2	24,2	62,1
	Casi siempre	9	13,6	13,6	75,8
	Siempre	16	24,2	24,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿La empresa utiliza tecnología o maquinaria innovadora para la prestación de sus servicios?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	19,7	19,7	19,7

Casi nunca	13	19,7	19,7	39,4
A veces	13	19,7	19,7	59,1
Casi siempre	11	16,7	16,7	75,8
Siempre	16	24,2	24,2	100,0
Total	66	100,0	100,0	

*¿Considera usted que la conectividad web es adecuada para realizar sus actividades diarias?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	8	12,1	12,1	12,1
Casi nunca	14	21,2	21,2	33,3
A veces	16	24,2	24,2	57,6
Casi siempre	12	18,2	18,2	75,8
Siempre	16	24,2	24,2	100,0
Total	66	100,0	100,0	

*¿La empresa busca y selecciona a los mejores proveedores?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	15	22,7	22,7	22,7
Casi nunca	14	21,2	21,2	43,9
A veces	15	22,7	22,7	66,7
Casi siempre	12	18,2	18,2	84,8
Siempre	10	15,2	15,2	100,0
Total	66	100,0	100,0	

*¿La empresa utiliza materiales y herramientas de alta calidad en la prestación de servicios?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	10	15,2	15,2	15,2
Casi nunca	19	28,8	28,8	43,9
A veces	14	21,2	21,2	65,2
Casi siempre	9	13,6	13,6	78,8



	Siempre	14	21,2	21,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿La empresa cuenta con proceso sólido de control de calidad?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	19,7	19,7	19,7
	Casi nunca	13	19,7	19,7	39,4
	A veces	12	18,2	18,2	57,6
	Casi siempre	13	19,7	19,7	77,3
	Siempre	15	22,7	22,7	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿Se utiliza estrategias de promoción como material publicitario y presencia en redes sociales para los servicios?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	15	22,7	22,7	22,7
	Casi nunca	16	24,2	24,2	47,0
	A veces	15	22,7	22,7	69,7
	Casi siempre	13	19,7	19,7	89,4
	Siempre	7	10,6	10,6	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿La empresa realiza investigaciones de mercado para comprender mejor al cliente y al entorno?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	16,7	16,7	16,7
	Casi nunca	18	27,3	27,3	43,9
	A veces	11	16,7	16,7	60,6
	Casi siempre	14	21,2	21,2	81,8
	Siempre	12	18,2	18,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	

*¿Considera que la empresa cuenta con un buen posicionamiento frente a la competencia?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	14	21,2	21,2	21,2
	Casi nunca	16	24,2	24,2	45,5
	A veces	12	18,2	18,2	63,6
	Casi siempre	12	18,2	18,2	81,8
	Siempre	12	18,2	18,2	100,0
	Total	66	100,0	100,0	